



Uitvoeringsorganisatie  
Bedrijfsvoering Rijk  
Ministerie van Binnenlandse Zaken en  
Koninkrijksrelaties

# Factsheet livestreams

Hoe zet je een goede livestream op?



# Hoe zet je een livestream op om met je doelgroep in contact te komen?

De maatregelen tijdens de coronacrisis dwingen ons tijdelijk tot een andere werkwijze. Door de beperking van fysiek contact en het moeten thuiswerken zijn er nieuwe (digitale) middelen nodig om het werk te kunnen uitvoeren. Alle offline evenementen worden afgelast en veel inhousedagen/voorlichtingsdagen etc. kunnen geen doorgang vinden.

Een goed alternatief om je doelgroep te informeren is het opzetten van een online event in de vorm van een livestream. In dit document geven wij je namens het Online Marketing Team van UBR een aantal tips om slim livestreams te organiseren, promoten, hosten en analyseren.



## Stappenplan

- ✓ **Stap 1: Bepaal de doelstelling van je livestream**
- ✓ **Stap 2: Bereid je livestream goed voor**
- ✓ **Stap 3: Kies het juiste platform**
- ✓ **Stap 4: Promoot de livestream**
- ✓ **Stap 5: Tips tijdens de livestream**
- ✓ **Stap 6: Tips na de livestream**

## Stap 1: bepaal de doelstelling van je livestream

**Livestreams zijn online video streams die live worden uitgezonden via internet. Vaak wordt dit ook wel een webinar genoemd. Maar wat wil je met deze livestream bereiken? Dit zijn een aantal redenen om een livestream in te zetten.**

- In contact komen met je doelgroep als je fysiek niet bij elkaar kunt komen
  - Bijvoorbeeld: Er is een informatiemiddag over het traineeship, maar een aantal potentiële trainees zit in het buitenland. Via een livestream kunnen zij toch meekijken en online vragen stellen.
- Beantwoorden van vragen die de doelgroep aan je stelt
  - Dit noemen we ook wel een Q&A-sessie. Hierbij zitten specialisten op een bepaald onderwerp klaar om iets te vertellen over hun werk/onderwerp/cases etc. Je kunt ze onbeperkt bevragen gedurende een bepaalde tijd.
- Presenteren over een bepaald onderwerp (webinar)
  - Iemand een presentatie. Doelstelling is niet interactie, maar kennisoverdracht.
- Kijkje achter de schermen
  - Dit zijn bijvoorbeeld livestreams waarbij je iets laat zien dat normaal onzichtbaar is. Bijvoorbeeld een kijkje achter de schermen wanneer een sluis open of dicht gaat.
- Entertainment
  - We zien nu veel concerten en DJ's die hun muziek live streamen om toch zo hun muziek te kunnen verspreiden.
- Interview
  - Interview een collega over het werk.

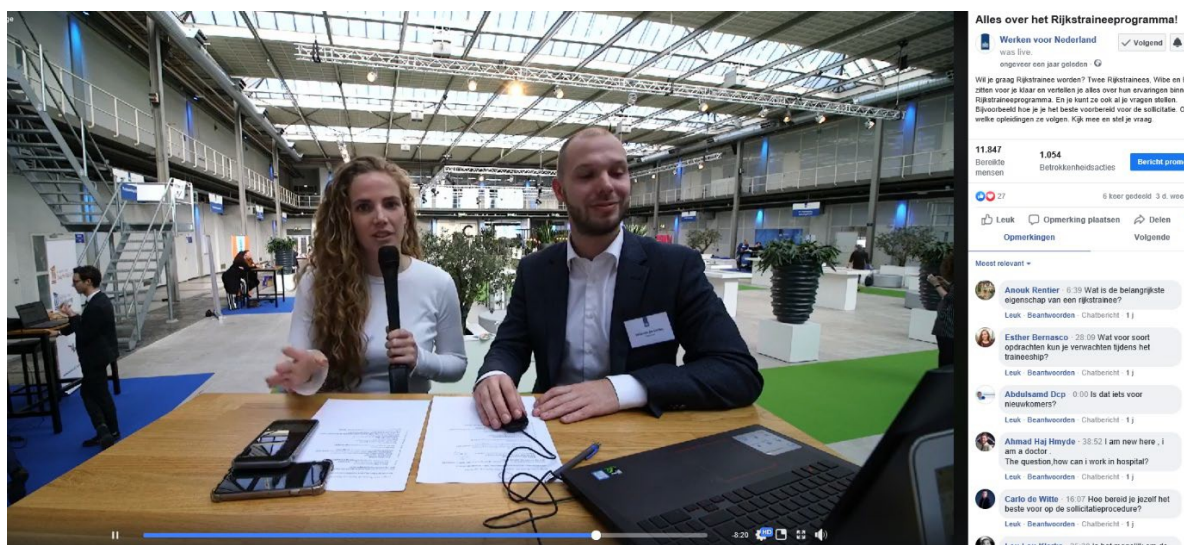
De toegevoegde waarde van een livestream is dat je mensen kunt bereiken die anders onbereikbaar zijn én dat deze ook live kunnen reageren. Bovendien heb je content die je duurzaam kunt inzetten en dus een hoge waarde heeft.

Inmiddels heeft het Team Online Marketing al enkel ervaringen met livestreams en zijn er binnen de Rijksoverheid ook al andere initiatieven op het gebied van online voorlichting.

- Livestream vanaf Traineeplaza waarin recruiters tips geven ([kijk deze terug op LinkedIn](#))
- Facebook livestream over het werken bij de ILT ([kijk deze hier terug](#))
- Q&A sessie met trainees van Rijkstraineeprogramma ([kijk deze terug op Youtube](#))
- Webinar over Rijks I Traineeship via een technische partner ([kijk deze hier terug](#))

Bepaal dus goed welke waarde je livestream biedt voor je kijkers. Succesvolle livestreams hebben een specifiek thema, worden op het juiste platform gestreamd en hebben een goed script.

**Wil je hier over sparren? Neem dan contact op via [socialmedia@werkenvoornederland.nl](mailto:socialmedia@werkenvoornederland.nl)**



## Stap 2: Voorbereiden livestream

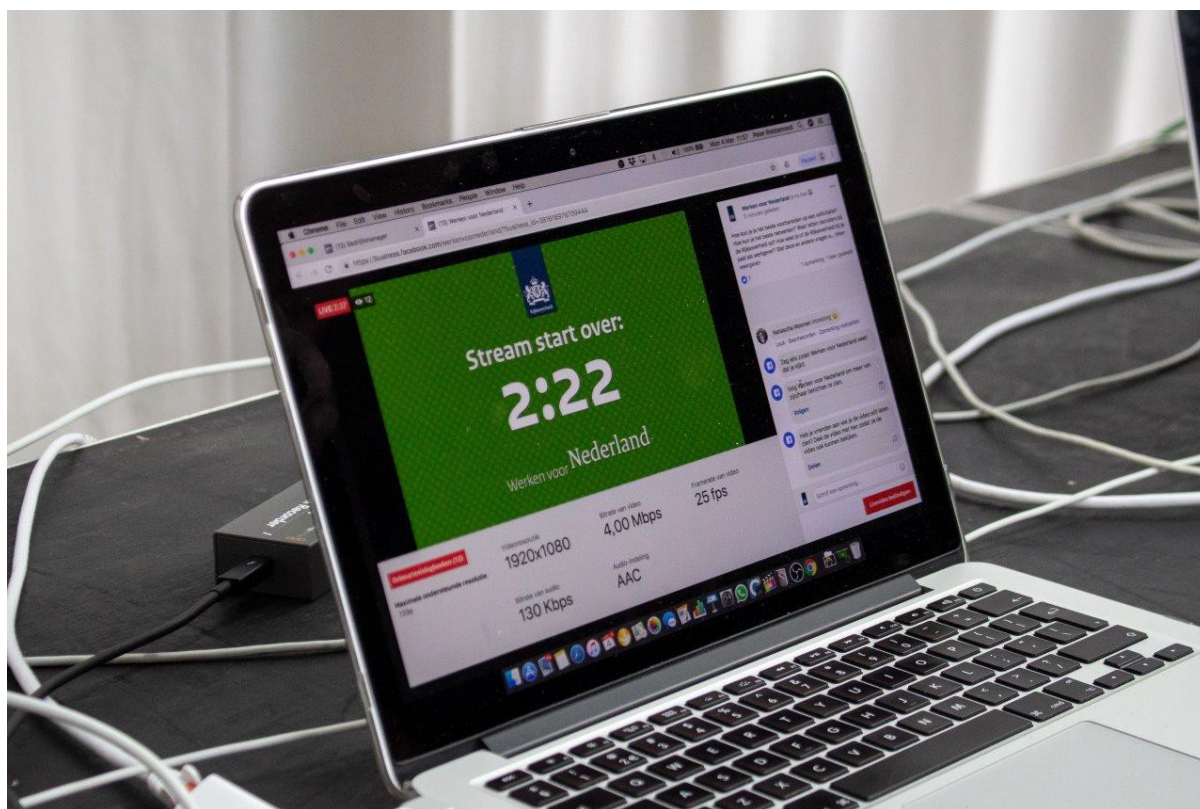
**Als je een livestream wil voorbereiden zijn een aantal dingen essentieel. Je wilt natuurlijk zo goed mogelijk voor de dag komen en professioneel overkomen. Een goede voorbereiding voor de livestream is essentieel. We benoemen een aantal tips**

1. Zorg voor een goede briefing voor de deelnemers. Geef hen vantevoren een document met de 10 meest gestelde vragen, zodat ze die kunnen beantwoorden. En zorg ervoor dat de structuur van de livestream duidelijk is.
2. Ten eerste moet je kiezen of je de livestream zelf gaat doen of via een technische partner. Voor een livestream via een technische partner moet je rekenen op ongeveer 1.500 tot 2.000 euro, afhankelijk van hoe groots je het aanpakt.  
Voordelen zijn:
  - dat er technisch niets misgaat,
  - het er professioneel uitziet
  - dat je de video na afloop in hoge kwaliteit beschikbaar hebt. Je kunt de video dus eindeloos hergebruiken op andere platformen en na afloop van het event.
3. Wat heb je nodig als je de livestream zelf verzorgt:
  - a. Stabiel internet: als je internet te traag is valt je livestream uit.
  - b. Een goede webcam: niemand kijkt graag naar een blokkerig beeld. Gebruik je een smartphone? Gebruik dan een statief voor stabiel beeld.
  - c. Een goede microfoon: als mensen je niet kunnen verstaan schakelt iedereen snel weg.
  - d. Een goed script: waar ga je over praten? Welke vragen ga je beantwoorden? In bijlage a vind je een voorbeeld van een script.
  - e. Een rustige ruimte: zorg dat er niet teveel omgevingslawaai is en dat mensen je kunnen verstaan.
4. Promotie van de livestream (zie stap 3).
5. Zorg dat degenen die op de livestream wat gaat vertellen ook goed geïnstrueerd zijn en weet hoe zij de commentaren kunnen lezen die

binnenkomen en daarop kunnen reageren. Een laptop of smartphone is het eenvoudigst.

6. Zet het geluid van de laptop waarmee je gaat uitzenden op stil
7. Het duurt meestal een minuut of 5 nadat je de livestream start voordat je het maximale aantal kijkers hebt.
8. Zorg voor een duidelijke titel en omschrijving van de livestream, zodat kijkers weten wat ze kunnen verwachten.

**Wil je praktische hulp met het opzetten van de livestream? Neem contact op via [socialmedia@werkenvoornederland.nl](mailto:socialmedia@werkenvoornederland.nl)**



## Stap 3: Hoe kies je het juiste platform voor je livestream?

**Je hebt een goede strategie en idee. Maar hoe ga je de livestream opzetten? Er zijn verschillende websites waarop je kunt livestreamen. Je zult niet altijd iedereen kunnen bereiken, dus denk goed na over waar je bezoekers zitten.**

### **Facebook:**

- Eenvoudig op te zetten als je een eigen bedrijfspagina of groep hebt. Je kunt zelf streamen via smartphone of laptop. Je kunt de livesessie inplannen en mensen kunnen zich dan op de stream abonneren, zodat ze een reminder krijgen als je live gaat. Kijkers kunnen dan voor, tijdens en na de livestream commentaren achterlaten. De livestream is terug te kijken op de Facebookpagina. Het is ook mogelijk om meerdere mensen in een livestream te laten praten / presenteren en ook om slides te presenteren.

### **Instagram:**

- Livestreamen is alleen mogelijk via smartphone op een bedrijfspagina of profielpagina. Je kunt alleen in 'portrait stand' filmen, anders moeten kijkers hun telefoon draaien. Kijkers kunnen een comment achterlaten op de livestream, maar het is moeilijk te monitoren en te managen als er veel comments zijn. De livestreams zijn terug te kijken op de Instagram pagina. Zitten de presentatoren / specialisten op verschillende plekken? Dan is het mogelijk om via Instagram een soort openbare hangout te organiseren waarop de presentatoren op verschillende plekken kunnen inloggen en met elkaar kunnen spreken.

### **YouTube:**

- Je kunt hier live gaan met een bedrijfsaccount. Via een laptop live gaan geeft het beste resultaat. Mensen kunnen live reacties achterlaten in een chatscherf. De streams zijn later terug te kijken via de bedrijfspagina op Youtube.

## **LinkedIn:**

- LinkedIn live is vooralsnog alleen mogelijk via de bedrijfspagina van de Rijksoverheid. Hiervoor is een technische partner nodig. Het voordeel van LinkedIn is dat er heel veel bereik is. Nadelen zijn dat het nog erg experimenteel is en nog niet breed beschikbaar. De eerste tests met LinkedIn Live leverden wel de meeste kijkers en commentaren op, omdat het bereik van de LinkedIn pagina van de Rijksoverheid erg groot is met 200.000 volgers. De streams zijn later terug te kijken en worden geplaatst op de tijdlijn van LinkedIn.

## **Vimeo:**

- Via een technische partner is het ook mogelijk om live te streamen op Vimeo. Hier kunnen ook privé streams op uitgezonden worden (al dan niet met een wachtwoord) De streams zijn na afloop ook te downloaden zodat je de video's kunt uploaden en bewerken op/voor je eigen kanalen.

## **Webinar via een technische partner:**

- Via een technische partner is het mogelijk om een webinar te organiseren. Een voorbeeld hiervan is hier te zien: [Rijks I Traineeship](#). Via een webinar kunnen mensen op verschillende locaties een presentatie geven binnen 1 stream. Het opzetten van de webinar kan compleet in de huisstijl van de organisatie.

## **Webinar via Zoom:**

- Let op: Het wordt **afgeraden** om Zoom te gebruiken!

## **Webex:**

- Met Webex van Cisco kun je makkelijk online meetings en streams organiseren. De Rijksoverheid beschikt op dit moment over Webex Meet. Webex Meet is minder geschikt voor grote externe evenementen, omdat er geen moderatorfuncties in zitten. Je kunt bijvoorbeeld niet iemand op stil zetten. Webex heeft ook een product dat heet Webex Events. Webex Events is wel geschikt voor online events. Hiermee kun je panels samenstellen, presentaties hosten en ook allerlei instellingen aan- en uitzetten voor de kijkers (bijvoorbeeld het dempen van gebruikers). Webex Events wordt naar verwachting in juli beschikbaar voor de Rijksoverheid. Wil je al eerder gebruik maken van Webex events, neem dan alleen in heel dringende gevallen contact op met Kim Grondsma van het ministerie van BZK.



## Stap 4: Promoten van een livestream

Je hebt een plan gemaakt en je hebt een platform gekozen. En nu wil je natuurlijk zo veel mogelijk kijkers/deelnemers binnen je doelgroep. Voordat je de livestream gaat starten is promotie erg belangrijk. Zoveel mogelijk kijkers uit je doelgroep moeten weten dat jij (of jouw organisatie) gaat uitzenden.

Hier volgen enkele ideeën om je livestreams te promoten:

- Kondig de uitzending enkele dagen van tevoren aan via je eigen corporate social media kanalen, nieuwsbrieven, via collega's intranet etc. en stuur een reminder op de dag zelf
- Kondig de live sessie aan op je eigen website
- Kondig de uitzending aan via je intranet, e-mailniewsbrieven, WhatsApp-groepen etc.
- Doe een 'betaalde' social media campagne. Wil je starters bereiken? Of senior ICT'ers? Of medior financials? Door middel van betaalde advertenties op social media kun je snel veel mensen bereiken in de doelgroep. Zij kunnen de livestream dan in hun agenda zetten.

Wil je gebruikmaken van campagnes om je doelgroep te interesseren? Stuur een e-mail naar [socialmedia@werkenvoornederland.nl](mailto:socialmedia@werkenvoornederland.nl) om de mogelijkheden te bespreken.

## Stap 5: Tijdens de livestream

### De livestream is ingepland en gaat bijna starten. Waar moet je op letten tijdens de livestream?

Ten eerste: relax en maak je geen zorgen dat je misschien een foutje maakt. Het is live en het is algemeen geaccepteerd dat je soms niet alle antwoorden weet of dat je af en toe 'eh' zegt. Vertrouw erop dat je kijkers waarderen wat je zegt, anders kijken ze niet naar je livestream. Om de livestream zo goed mogelijk op te bouwen maak je gebruik van het script. Meestal zijn livestreams ongeveer tussen de 20 en 40 minuten, afhankelijk van hoeveel vragen er komen.

### Opbouw livestream

- **0 – 5 minuten:** Voorstellen en introductie van de personen achter de webcam en oproepen tot vragen.
- **5 – 10 minuten:** Inhoudelijk de diepte ingaan op onderwerp/oproepen tot vragen.
- **10 – 20 minuten:** Vragen beantwoorden die binnenkomen/eventueel veelgestelde vragen beantwoorden rondom thema.
- **20 – 25 minuten:** Afronden en verwijzen naar website/traineeship / vacature / LinkedIn-pagina van deelnemers.

### Algemene tips:

- Geef regelmatig aan dat je vragen kunt stellen of stel vragen aan het publiek om interactie uit te lokken.
- Stelt iemand een vraag tijdens je livestream? Noem de naam van de persoon. Bijvoorbeeld: 'Er komt hier een vraag binnen van Tim. Die wil graag weten...'. Zo voelt de kijker zich betrokken.
- Kijk in de camera.
- Doe je meer een talkshow-achtige setting? Maak dan gebruik van een technische partner voor meerdere camera's en camerastandpunten.
- Spreek rustig en helder.

## Stap 6: Na de livestream

**De livestream is afgelopen en je hebt hopelijk het aantal kijkers gehad dat je wilde. Maar wist je dat de helft van je kijkers pas later gaat kijken? De informatie uit je livestream is nog steeds relevant!**

Na afloop kun je inzicht krijgen in de statistieken van je livestream:

- Hoeveel mensen hebben gekeken?
- Hoeveel minuten is er gekeken?
- Hoeveel reacties / comments zijn er geweest?

Dit geeft een redelijk inzicht in hoe succesvol jouw livestream is geweest. Hoe beter je het hebt gepromoot in stap 3, hoe meer kijkers je hebt gehad.

Je kunt de livestreams na afloop nog publiceren op social media kanalen van Werken voor Nederland of je eigen social media kanalen en/of website. Het aantal kijkers zal daarna nog oplopen.

Tips:

- Bedank de deelnemers aan de livestream met een presentje
- Deel de terugkijlink van de livestream weer met al je collega's
- Gebruik de terugkijlink in promotie via social/e-mail/intranet etc.

**Contact:**

**Heb je vragen n.a.v. dit document? Neem contact op met het online marketing team via [socialmedia@werkenvoornederland.nl](mailto:socialmedia@werkenvoornederland.nl)**

### Meer informatie en contact

Voor meer informatie neem telefonisch contact met ons of stuur onderstaand formulier retour (*sla het formulier op, vul je gegevens in, klik op 'Formulier versturen'*)

Organisatie:

Je naam:

E-mailadres:

**Formulier versturen**

